

平成 29 年度高知家プロモーション事業委託業務 概要書

【基本的な方向性】

1 プロモーションの目的

高知家のコンセプト（※1）のもと、プロモーションコンセプト（※2）に基づいた一連のプロモーション活動を通じて高知県の認知度を向上させるとともに、県産品の外商の推進、観光振興、移住促進を主な対象分野とする高知県のブランディング（※3）を実現し、各分野の具体的な成果につなげる。

※1 「高知家のコンセプト」

「高知県は、ひとつの大家族やき。」のコピーのもと、美味しい食材や豊かな自然など高知の魅力は様々あるが、県外の方であっても一度出会えば家族のように親くなる高知県人の気質（気さくさ、人懐っこさ、受け入れ力の強さ、面倒見の良さ、豪快さ、寛容さ、人と人とのつながりの深さなど）を一番の魅力とし、その魅力を通じて高知の様々な情報発信を行うというコンセプト。

※2 「プロモーションコンセプト」

本業務で行うプロモーション活動のベースとなる年間を通じたコンセプト。（プロポーザル提案に基づき、地産外商公社と協議のうえ決定。）

※3 「高知県のブランディング」

県産品の外商の推進、観光振興、移住促進の成果につなげるべく、高知県に対する各分野に関するイメージや意向度を高めること。

2 プロモーションの対象地域

関東圏、関西圏をコアターゲットとして、全国を対象とする。

3 プロモーション活動の展開の方向性

情報発信を行うにあたっては、高知家コンセプトをレバレッジ（相乗効果を生む、てこ機能）とした高知家ブランディングを図るPR施策を展開することとする。

【実施施策の内容】

1 理解しやすく汎用性の高いプロモーションコンセプトの設定

高知家コンセプトを核とし、理解しやすく汎用性の高いプロモーションコンセプトを設定することで、県外の方々の県産品の購入、観光、移住などの高知に対するイメージの向上、さらには高知県内の方々や高知に関わったことのある「高知家の家族」の方々に多様かつ能動的にコンセプトを活用いただくことで、高知家のPRや応援が様々な形で広がっていく展開を図る。

なお、プロモーションコンセプトについては、高知家コンセプトから大きく異なる斬新な表現を必ずしも期待しておらず、理解のしやすさと汎用性の高さがポイントであると考えており、新たなプロモーションコンセプトの設定が必須と考えているものでないことに注意されたい。

2 各地域でのコンテンツ開発・制作のスキーム構築と認知・活用促進策

県内を中心とした各コミュニティ（市町村、商店街、各団体、学校等）や個人と協働でコンテンツ開発・制作を行うことで、話題性のあるコンテンツが持続的に生み出される流れを構築する。そのモデルケースとして県内の複数地域（5～7地域程度を想定）でコンテンツ制作を協働で実施するものとする。

3 各コミュニティ・個人との連携による情報拡散

高知家プロモーション活動による直接の情報発信と合わせて、各コミュニティや個人のホームページやブログ、SNS と相互に連動した情報発信を実現する仕組みを講じることで、情報発信の拡散力の強化を行う。

なお、その際は高知家 ALL STARS、高知家ポジティブ・コレクション、高知家の公式フェイスブック（<https://www.facebook.com/kochikeallstars/>）といったこれまで展開してきた高知家の家族の方々を主人公とした直接参加の取り組みによる資産も適宜活用するものとする。

4 各種施策の効果的な実施

プロモーションコンセプト、コピー、ロゴ、グラフィック、プロモーション動画、記者発表、イベント、屋外広告、ウェブ広告、グッズなどについては、プロモーションの目的を達成するため効果的に選択し、組み合わせるものとする。

なお、プロモーション動画の制作や記者会見やイベントの実施、タレントの起用などにより話題化のヤマを年2～3回程度講じるものとする。

また、コピーやロゴの作成に当たっては、県産品の外商、観光振興、移住促進それぞれの分野における商品パッケージなどのセールスに向けた活用のしやすさを念頭に置いた各分野に対応したバージョンの検討を必要に応じて行うものとする。

5 高知家ホームページのリニューアル

過去のコンテンツを蓄積・整理するとともに、プロモーション活動によって制作した各種コンテンツなどの情報の集約を行い、県産品、観光、移住サイト等へのポータル機能を発揮するといった機能により、プロモーション目的を達成するために有効なプロモーションサイトのリニューアルを行うこと。

また、必要に応じて上記2及び3のキュレーション（まとめ）機能を設けること。

6 プロモーション項目の設定と PR 活動

公社は県産品の外商の推進、観光振興、移住促進の各分野の中でも優先的にプロモーション活動の対象とする具体的項目をプロモーション項目として 15 程度設定する。

なお、平成 28 年度における訴求内容や項目は別添参考資料のとおりであるが、平成 29 年度の項目や各々の露出希望時期や内容については契約時に双方で協議の上、公社が指定することとする。

高知家プロモーション活動全体としての認知・理解促進のため、そして個々のプロモーション項目のセールス成果につなげるため、パブリシティ等によるメディアへのプロモート活動を年間を通じて随時実施（プロモーション項目については各項目のヤマに合わせて各品目ごとに年間で 1 回以上プロモート活動を実施）するものとする。

【KPI（Key Performance Indicator：定量指標）の設定】

実施施策の KPI として、以下の指標を設定するため、それぞれ成果指標の目標値を企画提案書で示すこと。（以下の各項目で示す条件を満たす提案とすること）

(1)高知家の認知度

下記【その他の実施内容】4で実施するインターネットアンケート調査での高知家の認知度 35%以上。

(2)広告換算効果

プロモーション項目による（認知度で測定する高知家プロモーション全体分を除く）メディア露出について、テレビ、雑誌、WEBメディア等各項目のセールスに有効と考えられるメディアでの露出が広告費換算額で5億円以上かつメディア数で50以上。

(3)各地域でのコンテンツ開発

サイトリニューアル後の高知家ホームページのPV（ページビュー） 月間 8.0 万 PV 以上。

1 年目 H25.6 月～H26.3 月 8.8 万 PV/月

2 年目 H26.4 月～H27.3 月 6.0 万 PV/月

3 年目 H27.4 月～H28.3 月 8.0 万 PV/月

4 年目 H28.4 月～H29.1 月 4.1 万 PV/月（※今後大きなヤマを設ける予定）

【その他の実施内容】

1 全体の実施スケジュールの作成

各項目の想定スケジュールを示すこと。

また、プロモーションのスケジュールは、プロモーションコンセプトの発表やサイトリニューアルは5月末まで、プロモーション項目におけるメディアに対するアプローチの開始については、4月下旬～5月上旬までをそれぞれの開始時期の目途とする。

2 「高知家で暮らす。」ホームページの運用保守

現行ホームページをベースとして運用保守を行うこととし、別添インターネットホームページ(「高知家で暮らす。」ホームページ)運用保守等委託業務仕様書のとおりとする。

3 インターネットによる認知度等のアンケート調査

別添高知家プロモーション高知県イメージ調査委託業務仕様書のとおりとする。

<参考 これまでの高知家プロモーション活動における制作物の活用について>

(1) 高知家のロゴ及びマーク

これまでの制作物の利用は可能。また、既存の制作物をベースとした新たなデザインの作成は可能。

(2) ポスター、動画等のコンテンツでタレントが出演しているもの

肖像権の使用許諾を得られなければ不可能。

(3) その他のコンテンツ

上記(2)以外のグラフィック、PR動画、コンセプトコピー、高知家特設サイトのコンテンツ、高知家オリジナルグッズ(ピンバッジ、スターグラス、名刺等)は、変更を加えず使用する場合は高知県及び地産外商公社が行うプロモーション活動の目的の範囲内で利用可能。